Agenda Settings

Para empezar a conocer que es la agenda settings primero tenemos que saber el concepto de agenda, en los estudios de agenda setting el concepto de agenda es se refiere a una lista de asuntos o temas.

En agenda setting, la complejización conceptual y sobre todo metodológica se produce en el estudio de la agenda de diferentes actores sociales

Walter Lippmann señala en su obra Public Opinion, en el capítulo "El mundo exterior y las imágenes que tenemos en nuestra cabeza" nos menciona que los medios de comunicación son la fuente principal de creación de imágenes del mundo exterior en nuestras mentes, lo cual nos lleva a saber que como los medios de comunicación muestren cierta situación es como lo vamos a captar, es decir si detienen a una persona que es un delincuente pero los medios dicen que es inocente, todos vamos a creer lo que nos dice el medio ya que le damos nuestra entera confianza al momento de infórmanos y saber que nos hablaran con la verdad.

En su origen investigan el impacto de los medios masivos de comunicación en la agenda pública, en la agenda setting se estudian los medios que tienen influencia en las audiencias mediante los temas que tiene más relevancia en la actualidad.

La Teoría de la agenda-setting nos da una explicación de por qué la información sobre ciertos temas, y otros no, resulta de mayor interés para el público, cómo se forma opinión pública y por qué determinados temas nos inducen a adoptar acciones ante ciertos temas.

El estudio de la agenda-setting es el estudio de los cambios sociales y de la estabilidad social.

Hay tres tipos de agendas:

Agenda de Medios:

Esta trata de estudios tradicionales, la principal variable de medición son las noticias que están alrededor de los medios de comunicación

Se establecen los temas o noticias que los medios de comunicación deberán dar de conocer al público.

Al final el público recibirá las noticias que los medios consideren relevantes.

Agenda Pública:

El segundo estudio investiga la agenda pública midiendo la importancia que tiene la selección de determinados temas entre la audiencia o público.

Agenda Política:

Esta agenda se caracteriza por centrarse en las respuestas y propuestas que ofrecen los grupos políticos y las instituciones sociales sobre determinados temas.

Mide el tipo de acciones que adoptan los gobiernos y las diferentes instituciones sociales que más tarde formarán parte desencadenante de debates, además de incluirse como temas destacados en la agenda de los medios y en la agenda pública.

TRABAJOS CITADOS

Díaz, R. R. (2004). Teoría de la Agenda-Setting aplicación a la enseñanza universitaria. (A. F. Alaminos., Ed.) España: Observatorio Europeo de Tendencias Sociales.

Lipmman W,(1922) "The World Outside and the Pictures in Our Heads" , p. 3-2

Vásquez, J.J.(2014) ¿Qué es la agenda setting?

Walgrave y Altest, 2004, sin página

Zhu y Blood, 2002, pp.100

*Paráfrasis*

Hablar de agenda-setting como anglicismo es referirse al conjunto de temas seleccionados para formar parte de un índice o agenda. En este sentido, lo que plantea la teoría es que los medios de comunicación cuentan en su haber o seleccionan de alguna manera el índice de temas resaltados, temas o índices que serán traspasados por la agenda de los medios a la agenda del público. "Su nombre metafórico proviene de la noción de que los mass media son capaces de transferir la relevancia de una noticia en su agenda a la de la sociedad" (McCombs, 1996, p.17).

Cuando hablamos de la agenda setting nos referimos a varios temas que se seleccionan para ser parte de una agenda, nos dice que los medios de comunicación tiene el poder de decidir qué temas son los de mayor relevancia para la población y que estos ya se pasen a la agenda pública para que como su nombre lo dice sean temas públicos y todos puedan opinar sobre ellos.

*Cita Textual*

Con la Teoría de la agenda-setting se consolidó un método empírico para mostrar cómo los medios de difusión consiguen transferir a sus audiencias las listas jerarquizadoras de los temas o problemas más destacados para la sociedad. Mediante el análisis de contenido de los medios y el sondeo a la audiencia se descubre que, en efecto, existe una elevada correlación entre los temas a los que dan importancia los medios de difusión y los que interesan a sus audiencias. López-Escobar, et al., 1996e, p. 9